

Правда, некоторое усиление ориентации у студентов на сокращение количества детей в семье все-таки фиксируется.

В выборе желательного количества детей в будущей семье студент исходит из следующей системы мотивов. На основе опроса студентов выявлен следующий ранжированный ряд тех факторов, которыми они руководствуются при определении размеров семьи в будущем: супружеские и внутрисемейные отношения (любовь, взаимоотношения, взаимопонимание в семье, общность взглядов, совместное воспитание детей) – I место; жилищно-бытовые условия, материальное положение – II; любовь к детям, желание их иметь, возиться с ними, разговаривать, играть с ними – III; наличие свободного времени для воспитания детей – IV; физическое и психическое здоровье свое и детей – V место [2, с. 127].

Конечно, в основе определения желательного количества детей в семье в будущем лежит целая система факторов, которые и указаны студентами. Это факторы объективные и их роль в данном процессе важна. Но здесь велика роль и субъективного фактора – это ориентация сознания личности на определенное количество детей в семье. Если эта субъективная готовность к определенному количеству детей в семье налагается на объективные факторы, тогда проблема детей в семье решается. В нашей стране есть регионы, где роль субъективного фактора по отношению к объективным, значительно весомее и там количество детей в семье значительно больше, чем в тех регионах, где объективные условия для семьи много лучше.

Сегодня нужно думать не только о количестве детей в семье, а прежде всего об их положении, качестве. Это качество зависит от системы обучения и воспитания, на основе которых строится система образования.

-
1. Стегний В. Н. Осознание личностью своего социального будущего: Монография. Пермь: Изд-во ПГТУ, 2007. 152 с.

В. В. Токарев

«ВОЛГОГРАДСКИЙ ОМНИБУС» КАК ТЕХНОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Принятие грамотных управленческих решений требует от властей поиска научно обоснованных подходов, позволяющих, кроме всего прочего, при минимуме затрат получать оперативную и достаточно полную информацию о динамике изменений в управляемом объекте, и, что не менее важно, соответствующим образом реагировать на эти изменения. В качестве источника такой оперативной информации, как правило, рассматриваются данные, полученные в ходе мониторинговых социологических исследований, опыт проведения которых существует в разных регионах [1].

Одним из исследований, позволяющих, в том числе, оценить и эффективность регионального управления, является проект под названием «Волгоградский Омнибус». «Волгоградский Омнибус» – синдикативный исследовательский про-

ект, который проводится Центром социологических и маркетинговых исследований «Аналитик», начиная с 2004 г. Проект сочетает в себе черты прикладного социологического и маркетингового исследования. Термином «омнибус» в прикладной социологии и маркетинге определяется регулярно проводящиеся инициативные исследования, которые включают в себя блоки вопросов, направленных на изучение самых различных областей жизни людей – исследования массовых рынков, политических и потребительских предпочтений, социальных проблем и т. д.

Очевидно, что такого рода исследования не могут дать той же глубины анализа, что и специализированные исследования, направленные на изучение какой-то одной проблемы или рынка. В то же время для решения многих социальных задач и не требуется «филигранной» проработки – достаточно общего (но при этом адекватного) представления о ситуации, предпочтениях потребителей, наиболее острых проблемах и т. д.

Заявка на то, что «Волгоградский Омнибус» – это технология, требует дополнительного комментария. Технология, в широком понимании, – это система знаний о способах и средствах обработки и качественного преобразования объекта. Как свидетельствует история развития человечества, технология (ее виды, формы и т. д.) развивалась параллельно с развитием самого общества. Так, например, согласно концепции технологического детерминизма, этапы социального развития общества соотносятся именно с качественными изменениями в технике и технологии. Заметим, что первоначально определение технологии было ориентировано преимущественно на деятельность в производственной сфере, когда объектом технологии выступали природные материалы. Но что важно: создание базирующихся на эмпирическом опыте технологий обработки, например, каменных, бронзовых и железных орудий влекло за собой глубокие социальные последствия (повышение производительности труда, возникновение классов, социального неравенства, развитие науки, искусства). Возникновение машин привело к тесному взаимодействию технологии и науки, которая в условиях научно-технической революции носит опережающий характер, а сама технология превращается в предметное воплощение научных знаний. Всякий раз человечество сталкивалось с тем, что «технические усовершенствования диктовали иную форму развития, а именно такую, которая была связана с полной перестройкой общественного строя» [2, с. 21]. Строго говоря, любая технология нарушает установленный природой «порядок вещей», человек с помощью науки подчиняет себе природу, порою забывая, что следовало бы следовать установленному порядку вещей, а не ломать его. Вмешиваясь в природу, мы изменяем и себя. И особенно это касается проведения социологических исследований, поскольку – это серьезное «вмешательство» в социальный организм, выставляющее более высокие требования как к специалисту (высокая квалификация, профессионализм, ответственность и т. д.), так и самому процессу проведения исследования. Значимость данного тезиса можно подтвердить, сославшись на авторитетное мнение П. Штомпки: «Масштабы и глубина социологического знания являются важным фактором формирования

судьбы общества» [3, с. 15]. Почему именно социологического знания? Хотя бы потому, что «непостижимая эффективность математики в естественных науках» (тезис, «запущенный» в научный оборот нобелевским лауреатом, физиком Юджином Вигнером), дает возможность ученым все более точно рассчитывать, например, орбиты и траектории небесных тел, но при этом никак не влияет на сами эти тела и их траектории. Участие человека в социологическом исследовании, заставляет человека, порой, задумываться о вещах, на которые он раньше не обращал внимания, или просто не придавал им значение. Задавая человеку вопрос, исследователь уже вмешивается в его жизнь, судьбу, изменяет ее, приблизительно так же, как и «подвергая человека психологическим измерениям, мы тем самым уже изменяем само это его настроение» [3, с. 23].

Понятно, что с 2004 г. до настоящего времени «Волгоградский Омнибус» претерпел определенные изменения. Проект был начат как преимущественно маркетинговый и направленный на решение сугубо прикладных задач. Однако в 2007–2009 гг. в методику исследования были внесены изменения, делающие его результаты интересными для более широкой аудитории – в том числе для населения города, органов управления различного уровня, средств массовой информации и т. д. Начиная с 2007 г. в течение календарного года проводится восемь волн проекта «Волгоградский Омнибус». Такая периодичность с одной стороны, обеспечивает возможность анализа динамики поведения жителей региона (в том числе, проводить анализ проявления сезонности в закономерностях поведения). С другой стороны, дает достаточно времени для донесения до потребителя результатов каждой из волн исследования. В 2009 г. по итогам проведения каждой волны нами издавался бюллетень социологических сообщений «Вестник Волгограда», однако дело это оказалось весьма хлопотным и финансово весьма затратным.

Основными особенностями проекта «Волгоградский Омнибус», отличающими его от иных исследований, проводящихся исследовательскими компаниями на локальном рынке Волгограда, являются два признака:

1. Инициативный характер исследования. Проект проводится Центром «Аналитик» по собственной инициативе и не имеет единственного заказчика.
2. Регулярный характер исследования. Проект проводится по единому графику и единой методике. Ни один другой проект, реализуемый на волгоградском рынке, не имеет такой истории. Так, например, за время проведения проекта накоплен колоссальный объем информации о социальном самочувствии горожан. Если погрешность результатов, полученных за один замер, не превышает 3,5 % при доверительном уровне 0,95, то для всего массива данных она не превышает 0,9 %.

Очевидно, что в проекте такого класса основной интерес представляет анализ динамики показателей, изменений в настроениях населения и состоянии региона. В инструментарий проекта «Волгоградский Омнибус» на протяжении нескольких лет включались следующие обязательные блоки вопросов, позволяющие оценить динамику мнений населения Волгограда по ряду показателей. В первую

очередь это два блока вопросов: (а) блок вопросов, направленных на оценку социального самочувствия населения (группа показателей РИПН – региональный индекс потребительских настроений); (б) блок вопросов, посвященный оценке деятельности органов власти различного уровня (с января 2009 г. по настоящее время). С апреля 2010 г. по заказу Комитета по бюджетно-финансовой политике Администрации Волгоградской области, включается блок вопросов, посвященных оценке информированности жителей городов исследования о бюджетной политике и ее реализации. Со второго квартала 2011 г., в инструментарий проекта «Волгоградский Омнибус» включается блок вопросов, посвященных оценке финансовой активности и финансовой грамотности населения.

Мы разделяем мнение П. Штомпки о том, что задача социологии «не в том, чтобы рассказать, что было или происходило, куда и как движется современный мир, а скорее в том, чтобы смоделировать зеркало, в котором... можно более отчетливо увидеть самого себя» [4, с. 10].

Представить (даже кратко) в рамках отдельной статьи результаты выполненного исследования не представляется возможным. Можно лишь заметить, что многолетняя практика проведения «Волгоградского Омнибуса» от волны к волне подтверждает, что его результаты востребованы органами управления, региональными СМИ, заинтересованными в публикации «открытых» результатов прикладных социологических исследований по темам, интересующим широкие слои населения, исследователями региональных проблем. Отдельные результаты, (как теоретические, так и практические), полученные в ходе реализации проекта, были обобщены в работе [5].

Список литературы

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. 783 с.
2. Гуревич М. А., Радиловская Т. Ю. Опыт социального мониторинга в городе // Социологические исследования. 2001. № 9. С. 135–138.
3. Качанов Ю. Л. Опыты о поле политики. М.: Институт экспериментальной социологии, 1994. 159 с.
4. Концепция устойчивого развития Волгограда: Стартовые условия // Информационные технологии в образовании, технике и медицине: матер. междунар. конф. Волгоград: Издательство «Волгоград», 2002. 238 с.
5. Лили С. Люди, машины, история. История орудий труда и машин в ее связи с общественным прогрессом / пер. с англ. М.: Прогресс, 1970. 431 с.